

盆栽蔬菜：引领沭阳花木电商行业发展新潮流

本报记者 魏静 口 忽艳

日前,走进江苏省宿迁市沭阳县新河镇花音畔蔬菜盆景直播基地,一盆盆新鲜的创意蔬菜盆景正在打包,准备发往全国各地。小番茄、七彩椒、羽衣甘蓝、生菜、香菜……一盆盆蔬菜生机勃勃。

盆栽蔬菜又叫“观赏蔬菜”“阳台蔬菜”,既是盆景又能食用。成熟后的盆栽蔬菜具有占地空间小、运输方便、保存时间长、生长周期短等特点,深受各大饭店和市民青睐。新河镇沙河村“新村干”胡生振说,把蔬菜培育成盆景,源于自己突发奇想的一个小念头。2021年,胡生振开始培育并在线上销售各类蔬菜种苗。在销售过程中,胡生振发现很多城镇客户咨询购买蔬菜盆栽,他们希望能够在没有种植条件的情况下吃上自己养的健康蔬菜。另外,更有许多幼儿园批量购买蔬菜盆栽,以此来给小朋友观察、培育。

于是,有心的他便开始尝试盆栽蔬菜的培育,同时请来农技专家,针对不同的蔬菜品种,采取相应的植株调整措施,使蔬菜盆景保持良好姿态,提高观赏效果。“别小看这盆栽的



蔬菜,口感一点也不差,而且质地鲜软,即采即食,可零损耗运送到消费者手中。”胡生振说,“对于长期生活在城市里的孩子来说,最缺乏的就是走近大自然的机会,盆栽蔬菜恰好可以弥补这一点。把它放在家里或阳台上,只需要浇水就能生长,让孩子

在家里也能体验到农事的乐趣。”蔬菜作为盆景,不仅具有观赏性,而且还具有可食性,且不受季节限制,一年四季均可种植,现摘现吃,十分方便。种植过程中完全采用基质土栽培,不使用化肥农药,主要利用黄板、防虫网等进行病虫害防治。

相比传统蔬菜,培育周期短,一年可种植5至7个批次。在新河镇800平方米花音畔蔬菜盆景直播基地,胡生振引入专业直播团队推广经营,每天快递发货1000余单,成功带动当地就业30余人。

“我们将会为感兴趣的市民提供种苗、技术指导、农药肥料,统一回购营销,增加农民收入。”胡生振表示,盆栽蔬菜以其绿色、环保、健康、营养的特点,渐渐成为市民舌尖上的新宠。下一步,他将会加大对蔬菜盆景的研究力度,将更多的蔬菜做成既可食用又可观赏的蔬菜盆景,力争在当地形成一个新的产业链,开辟一条农业发展的新道路。

近年来,新河镇沙河村采取自主育苗和委托代培代管以及“线上+线下”销售的经营模式,先后推出小番茄、七彩椒、羽衣甘蓝等10余种小型蔬菜盆景,年培育蔬菜盆景苗百万株,并引入专业直播团队推广经营,蔬菜盆景年产值达1000万元,带动了村民增收致富。2022年9月,在第六届江苏省农村创新创业项目创意大赛中,创意蔬菜盆景项目荣获“双创比赛”初创组二等奖。



继苏果MART江宁同曦万尚城店开业后,12月25日,苏果MART江宁金九汇店迎来盛大开业。新店位于南京市江宁区东山街道湖山路288号金九汇购物广场负一楼。苏果MART的人驻将更好的服务江宁消费群体,带来更愉悦的购物体验。

作为华润万家旗下新业态品牌,苏果MART以“市集”方式呈现,打造开放、愉悦、热闹的购物环境。门店围绕“一日三餐”及“居家生活”配置丰富、多样的高品质商品,满足商圈内家庭生活日常高频次消费的品类和生活服务需求,并配备数字化智能服务设备,致力于为消费者打造家庭、朋友购物休闲的“Happy hour”。

设计灵感来源于《清明上河图》
营造“市集”氛围 深耕一日三餐

作为创新品牌,视觉印象的重要性不言而喻,苏果MART在空间色彩上以原木色为主,暖色灯光搭配黑灰色调,整体风格简洁大方。“新店风格构思来源于清明上河图对于中国传统市井生活场景的描绘。木色寓意自然中的生命,黑灰色寓意培育生命的土壤,使顾客通过色彩感受食物的自然之美。”

有别于传统的强制动线,苏果MART采用自由动线,取中国传统的“天圆地方”概念,以代表“一日三餐”的生鲜为圆心向四方辐射,周边围绕着食品、家居等其他品类。同时,采用大量弧形、岛柜、高低错落的设计与组合,地面动线的方与天花板顶灯的圆弧,穿插在空间中作为与实用性相结合的装饰。

为提升购物舒适度,苏果MART的通道设计更宽敞通透,方便多辆购物车交汇通过,店内信息展示多为电子屏,取代传统海报,倡导绿色环保理念。

注重消费场景打造
深挖小产区和网红单品 强化生鲜经营

苏果MART深挖国内小产区及网红优质单品,聚焦海外、包装加工单品,专注产品创新。商品SKU精简至10000个左右,甄选13个核心品类,每一个都用一个关键词作为提示,比如菜、肉、禽、饮、饅、洁等,注重消费场景的打造,各品类商品一目了然。

门店商品围绕消费者的一日三餐下功夫,为体现健康品质消费理念,新鲜食材占比提升,如各类高品质牛肉、调理牛排、儿童牛排、深海三文鱼、鳕鱼、巴沙鱼以及南美白虾等。仅蛋类就涵盖鲜鸡蛋、土鸡蛋、可生食鸡蛋、鸭蛋、鸽子蛋、鹌鹑蛋、活珠子等多个品种,此外引进了多种网红预制菜品,如水煮牛肉、糖醋里脊、小酥肉等,商品深度进一步提升。

蔬菜水果引进有机、绿色无公害、地理标志类产品,迎合年轻人的消费习惯,提升预包装、半成品比例,消费者可以通过扫描二维码查看相关认证信息,蔬菜品名、追溯码、名称和地址、种植区域等信息一目了然。

为了进一步契合“市集”氛围,苏果MART还依据农历的二十四节气设计了主题赶集日,并将推出相关主题活动。

大量运用高科技
标配电子价签 提升线上占比

苏果MART大量应用高科技技术,带给消费者智能、省时、便捷、舒心的购物体验。比如,消费者在门店可以采用扫码购、自助称重、移动支付等多种方式进行消费。

另外,苏果MART还将同步上线苏果APP、苏果优选小程序,提供包括商品销售、预售、会员服务及附加服务。消费者只要线上下单,3公里范围内一小时内配送到家。同时,门店还与美团、饿了么、京东到家等外卖平台合作,进一步提升线上业务占比。

据了解,基于消费升级和顾客洞察,华润万家近年来启动了全业态的升级改造和消费体验的提升,旗下新业态门店,包括苏果CITY、苏果MART、苏果LIFE在江苏省重点城市陆续开业,目前,苏果MART已经在南京、盐城、徐州、淮安、泰州共开出了6家门店,未来还将在苏皖两地开出更多门店。新业态品牌矩阵将为消费者带来更加美好的购物体验。

为回馈会员,12月25日-31日,门店全场万余正价商品参与8.8折优惠。会员购物满100元将返100元抵用券,最高限返300元,1月1日-8日,在店内单笔消费满218元可抵用100元券。

(程杰 毕剑)

“疫”不容辞 共克“阳”关

中石化南京石油全力做好市场保供

“大家齐心协力,撑过这阵子就好了……”短短几天时间,身边的同事们接连发烧倒下,中石化南京栖霞油库设备管理员蔡洪飞也已经一人顶三岗持续整整一周,可他仍然乐观地表示,一切都会好起来。

当前,疫情防控面临新挑战,随着“阳性”病例不断增加,中国石化江苏石油南京分公司(下文简称“南京分公司”)员工的健康状况同样不容乐观,油库、油站值守保供工作压力陡增……新的挑战之下,公司全体干部员工奋勇争先,迎难而上,自觉扛起成品油市场保供的重任,坚守岗位,全力以赴,为疫情防控、民生保障车辆提供稳定的油品保供服务,在特殊时刻,展现出了“国企担当”和“石化温度”。

保供应——
“人手少了,发货时间却提前了”

12月24日凌晨3点50分,南京栖霞油库已经开始发油,这比正常的发油时间提前了半个小时,而此时,该库可运转的人数只有正常时期的1/2。为降低因疫情停用部分车辆带来的运力不足等影响,保障市场正常供应,栖霞油

库延长了发货时间,方便车辆提货。玉带油库也保证提油车辆“随到随发”,为“一线”补给时刻准备着。

为保障油库业务的正常开展,南京栖霞油库主任陈麒麟和玉带油库主任韩国庆已经连续住库10多天,他们坚持做好表率,带领油库员工克服短时间内人员感染的影响,维持油库正常运作。油库作业由原来的四班压缩成三班,延长交班时间,避免频繁交接班增加人员感染风险。动员10余名管理人员住库,什么岗位缺人就往什么地方顶岗。严格进出车辆、人员的管控,严格入库人员抗原检测,对发货场、门卫室、中控室等关键场所按时做好消杀,保障了油库安全高效运行。

保阵地——
“哪里需要,我就去哪里”

“哪里需要,我就去哪里。”随着“阳性”工作人员不断增加,浦口公司三名党员站长陈柱传、吴娟、余建红在关键时刻站了出来,坚定地表示愿意支援市区人手短缺的站点。

据悉,为保障加油站的正常运营,零售各片区第一时间响应公司党委号

召,党团员骨干带头,成立了15个防疫保供应急小组,跨区域及时支援人手不足的加油站,保障运营。目前,南京浦口桥加油站、汉中门加油站等市区重点加油站已由保供应急小组增援人手。浦口县公司、六合县公司、高淳县公司加油站站长都积极响应分公司统一调派,到各城区加油站支援,保证“保供不断档、服务不打烊”。

此外,加油站采用“一日一班”的方式减少倒班频次,有条件的加油站安排员工住站轮班休息。每日跟踪“阳性”人员康复情况,鼓励及时复岗,保证加油站正常运营,截至目前,未因疫情原因关停加油站。

保运力——
“我能坚持,请放心”

“我能坚持,请放心。”倪嘉峰是2022年新进大学生,也是南京分公司二次物流管理岗的管理人员。在这波疫情面前,他以自己的实际行动扛起了物流调运的重任。只要不发烧,他都要一直关注着公司的二次物流群,想着还有哪些办法可以提高运力,及时与同事、领导沟通交流,与油库、车队、加油站三方

保持联系,以加强物流调运管理,默默在背后辛勤付出,保障着市场供应。

同时,南京分公司提前筹备准备,储备的应急车目前已启用3辆,并调用置城承运商驾驶员应急配送江北区域柴油。及时与省公司协调沟通,借用兄弟公司运力帮助解决高速石油2天的柴油配送。南京分公司各级领导坚持每天关注加油站存和运力保障情况,及时加强与政府相关部门、承运商沟通协调。主要承运商金石油运公司与其他承运单位一道,无论是公司领导,还是一线驾驶员,每天都处于满负荷工作状态,都在为市场保供竭尽全力。他们加强驾驶员健康管理,同时做好员工复岗、跨区域运输等安排,保障了成品油及时运输到站。

疾风知劲草,烈火炼真金。在这场没有硝烟的战役中,中国石化南京分公司全体干部员工奋战着,也许顶着疲惫的躯体,也许扛着“阳过”后未及完全消除的酸痛,他们以坚定的信心、果断的措施,诠释初心、担起使命,用实际行动践行着中国石化“油品不断供、商品不涨价、服务不打烊”的承诺。

(黄劲)

江苏省江阴市市场监管局要塞分局:

党建联盟聚合力 风味澄江新活力

为不断激发基层党组织党建新活力,推动党组织建设全面发展,同时也为了传承、保护“本邦菜”,推动地方特色食品品牌、文化发展,由中共江苏省江阴市市场监督管理局要塞分局党支部牵头,中共江阴市市场监督管理局机关第三党支部、中共江阴市食品安全检测中心党支部、中共江苏澄信检验检测有限公司党支部、江阴市食品安全行业协会共同成立江阴“本邦菜”标准党建联盟。

要塞分局党支部担任联盟主要负责人,主要负责推进和监督联盟全面工作,督促各成员单位积极作为,结合日常监督检查保障“本邦菜”食品安全;食品安全行业协会负责梳理“本邦菜”清

单,组织专家,商讨标准并提供相关资料;市场监督管理局机关第三党支部提供相关业务指导和法律法规支持,江阴市食品安全检测中心党支部负责开展相关菜品、食品检测工作;中共江苏澄信检验检测认证有限公司党支部负责起草、审核、完善标准。

各支部负责人根据各支部特点,把

开展党史学习教育作为重大政治任务,聚焦主责主业,结合实际,深入开展形式多样、内容丰富的活动,不断拓展和完善基层党组织功能,交流党建工作经验,共享党建工作信息,充分发挥共建支部各自优势,共同构建“本邦菜”的食品安全标准体系格局。

(戚毓敏)

南国汤沟酒 开坛十里香 (清·洪昇)

湯溝國藏

中国白酒守艺人